新媒体环境下的纪录片创作与传播探析

摘　要：新媒体的出现，使纪录片面临新的机遇，为纪录片带来了多元的融资渠道、新型的传播平台和新颖的传播方式。针对纪录片的创作与传播受到创作环境的制约、主题思想假大空和创作手法模式化等方面的问题，应从选取多样化的内容、借助互联网新形式、增强节目的互动性和传播渠道的立体化着手寻求策略研究。

关键词：新媒体环境；纪录片；创作；传播
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）06-117-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.06.045

文 / 于斌

引言

纪录片是对现实生活真实状况的记录，当然其中也充斥着对某些生活现象的剖析与解读。纪录片的创作与传播要遵循客观、实事求是的原则，是现实生活的真实写照，不应该添加任何主观色彩的成分。新媒体时代的发展，使传统的纪录片创作与创造遭遇到发展的瓶颈期。无论是纪录片的内容，还是其传播方式都逐渐不能迎合多元化的大众需要，因此，实现纪录片的创作与传播，与新媒体的有机统一已成为大势所趋。纪录片要乘新媒体的发展势头，积极寻求革新，探索新的传播方式与途径，创新纪录片内容，进而不断提高媒体竞争力。

1. 新媒体环境下的纪录片概述

纪录片的题材相对而言比较广泛，一方面包括纯纪实性的电影、电视；另一方面又包括真人秀性质的综艺类节目，这种节目氛围相对轻松。正是多样化的纪录片题材，能够满足不同受众的口味，进而受到大众的喜爱与关注，节目收视率也逐渐攀升。尤其，伴随新媒体时代的到来，中国的网络使用者更是呈现直线增长的趋势，为大众广泛获取节目信息提供了便利，使纪录片呈现出勃勃的生机与活力。

2. 新媒体环境为纪录片发展提供的机遇

新媒体环境为纪录片发展提供的机遇主要包括多元的融资渠道、新型的传播平台和新颖的传播方式等层面。

2.1 多元的融资渠道

《舌尖上的中国》在我国广受大众的喜爱，获得了较高的收视率，使企业、政府等都看到了纪录片的发展前景，于是纷纷加大对纪录片的投资力度，进而达到宣传自身企业形象的目的。同时，网络技术的发展，使众筹这样一种融资渠道逐渐进入到人们的视野中，为纪录片的发展提供了雄厚的资金支持。纪录片可以依托众筹的方式展开拍摄任务，并加大对纪录片的宣传力度，使纪录片逐渐走进人们的生活中。同时，借助新媒体的力量，提高纪录片的认可度，进而激励更多有创造才华的人为纪录片的创作和传播奉献力量。

2.2 新型的传播平台

网络时代下，各类视频网站为纪录片提供了发展空间。像爱奇艺、优酷、腾讯等较受观众欢迎的网站都开设了专门的纪录片专题，为纪录片的传播提供了广阔的发展平台，同时也满足了受众对纪录片的观看需求，提高了节目的收视率和网站的点击量。同时，一些影响力较大的网站还会组织各式各样的纪录片评选活动，在推动纪录片行业发展的同时，也使纪录片的导演广受好评，才华得到施展，使我国纪录片展现出百花齐放、百家争鸣的生机和特点。

2.3 新颖的传播方式

传统的纪录片往往只是单向的信息传递过程，受众处于完全被动的地位，只是被动接收信息，毫无主动性可言，久而久之，这种缺乏交流互动的节目形式会受到观众的厌恶。新媒体的出现，改变了受众的被动地位，使受众成为节目的主体，极大地调动了受众参与节目的主动性与能动性，受众可以在随时、随地观看节目的同时，根据自己的看法与节目进行互动，保证了受众的言论自由权，使受众获得了参与感，激发情感共鸣，使节目赢得了大量的观众。

3. 新媒体环境下纪录片创作与传播中存在的问题

新媒体环境下纪录片创作与传播中存在的问题主要包括受到创作环境的制约、主题思想假大空和创作手法大多模式化等方面。

3.1 受到创作环境的制约

电视媒体的发展会受到当时社会环境的影响，有利的社会环境会促进纪录片的创作工作，反之则会阻碍纪录片的创作。目前，在物质生活满足的情况下，人们开始追求精神层次的满足。纪录片慢慢走近大众的视野中，凭借其真实的生活反映、客观的事实陈述，赢得受众的

一致好评。但在市场经济下，对经济的过分追求，使得纪录片制作者或导演更多关注纪录片背后的经济价值，以盈利为目的的动机较为强烈，因而在进行创作与传播时过分强调其艺术性，却忽略了真实性，不利于纪录片的长远发展。

3.2 主题思想假大空

目前，我国的诸多电视媒体都作为国家的“发声器”而存在，因此纪录片所展现的现象内容大都与国家方针、政策或民族文化宣传等密切相关，成为传播、弘扬正能量的关键载体。虽然新媒体环境下，纪录片的内容开始逐渐呈现出多元化的趋势，但仍然存在“假、大、空”现象，影响纪录片的发展前景。

3.3 创作手法大多模式化

当前，纪录片的创作手法大都呈现出模式化的特点，借助探索、观察进行节目的编辑，这种模式是纪录片的常用套路。单一的创作手法使得节目内容与形式老套化，会降低观众的观看欲望。更有甚者，如果某个纪录片获奖，就会引起无数的模仿者纷纷模仿它的创作手法，使节目呈现同质化，不利于纪录片行业的发展、创新。

4. 新媒体环境下纪录片创造与传播的策略

新媒体环境下纪录片创造与传播的策略可以从选取多样化的内容、借助互联网新形式、增强节目的互动性和传播渠道的立体化等方面展开。

4.1 选取多样化的内容

相较于国外纪录片，我国的纪录片题材有限，而且与现实生活、时代发展等实际相脱轨，不能为生活提供经验指导。新媒体环境下，纪录片的创作与传播要贴近大众生活、贴近大众实际，从受众的需求出发，为人们提供多样化的服务。纪录片的题材选取可以依据大数据统计，创作人们喜闻乐见的内容，更好地为受众提供指导语帮助。

4.2 借助互联网新形式

互联网背景下，要充分发挥新媒体的优势，为纪录片创作和传播提供便利。纪录片要充分从时间长短、广告设计、产品包装等方面依托互联网的特性展开，适应互联网的发展规律，从节目主题、表现形式、受众特点等方面着手，创作适合受众需求的纪录片。像针对网络发展所带来的碎片化现象，纪录片要尽可能做到短小、精悍，借助紧张的节奏和氛围，激发观众的观看热情。且纪录片要配合以必要的字幕，带给受众更直观的感受，增加观众观影舒适感。

4.3 增强节目的互动性

新媒体不仅为纪录片的创作与传播带来了机遇与便利，而且是实现媒体与受众的交流平台，保障了二者之间的互通有无。进行纪录片的创作与传播要充分发挥新媒体互动性优势，有效整合网络中的各类信息资源，与他人或媒体进行分享互动，进而更好地实现纪录片的创新。纪录片的内容选材可以通过微博、网站等途径进行投票，同时节目的播出时间也要选择合适的时机，这样才会激发情感共鸣，引起受众的广泛关注，展开交流、讨论，进而带动节目的点击量，提高收视率。

4.4 传播渠道的立体化

纪录片相较于综艺节目、电影、电视剧来说，总是花大量的时间、精力在前期拍摄上，后期却缺乏必要的宣传，使观众对纪录片的了解知之甚少，自然关注者也就会减少。新媒体时代下，纪录片在最初就要依托网络载体，同观众进行有效互动，同时根据观众的意见及时调整拍摄任务，创作完成后要借助电视、互联网、海报等方式进行宣传，提高节目的知名度，同时在受观众欢迎的腾讯、爱奇艺等客户端同步播放，凭借节目内容和质量吸引观众的眼球，提高市场竞争力。

结语

新时代，纪录片逐渐走进大众视野，受到人们的青睐，同时促进了纪录片行业的发展。新媒体环境下，纪录片创作与传播要紧跟时代发展的步伐，发挥网络特性，不断创新纪录片创作与传播工作，努力为受众服务，提升纪录片工作水平，促进文化交流与传播。媒

参考文献

[1] 孟令杰 . 电视媒体如何构建核心竞争力 [J]. 青年记者，2013（26）.

[2] 蒋宁平 . 管理机制的创新：中国纪录片发展的转折点 [J]. 电视研究 .，2008（03）.

[3] 范佳宁 . 中国纪录片国际化传播困境与策略研究 [J]. 电影评介 .，2018（05）.

（作者单位：河南广播电视台法治频道）